

## ПУТИ СНИЖЕНИЯ СБЫТОВЫХ ЗАТРАТ

***В.В. Гуринович, магистратура***

*Научный руководитель – С.П. Вертай, к.э.н., доцент*

***Полесский государственный университет***

Несмотря на то, что большинство компаний и фирм как бы «ориентировано на потребителя» и провозглашает главенствующую роль сбытовой деятельности, многие руководители не воспринимают итоги сбытовой деятельности как реальные показатели долгосрочных результатов деятельности. Поэтому важной задачей является соотнесение маркетинговых доходов и затрат, следующим этапом которой идет соотнесение результатов сбытовой деятельности с финансовыми результатами деятельности предприятия.

Эффективность сбытовой деятельности рассматривается как отношение дополнительной прибыли, полученной в результате проведения маркетинговых мероприятий, к затратам на эти мероприятия. Однако, таким определением не всегда удобно пользоваться: дополнительную прибыль, трудно выделить; кроме того, при таком расчете эффективность будет большей для предприятия, минимально использующего маркетинг (затраты минимальны, привлечение даже одного клиента будет свидетельствовать о высокой эффективности). Категорию эффективности удобно использовать для планирования маркетинговых мероприятий [1, с. 110].

Результативность сбытовой деятельности рассматривается с двух точек зрения:

- возможность достижения тех же результатов при снижении затрат на маркетинг;
- возможность достижения большего результата при тех же затратах.

С одной стороны, результативность определяется применяемыми методами и подходами к продвижению и сбыту, с другой – структурой предприятия и сбытовых служб, проработкой маркетинговых стратегий и планов.

Сузить решаемую задачу можно, используя методику сегментного анализа. В сегментном анализе особую роль могут играть:

- естественные затраты на сбытовую деятельность – затраты, постоянно фигурирующие в обычных финансовых документах предприятий (зарплата службы сбыта, аренда, если таковая есть, амортизация и др.);
- функциональные затраты на сбытовую деятельность – затраты, связанные с каким-либо видом маркетинговой деятельности и являющиеся основой для перенесения издержек на конкретный сегмент;
- специальные затраты на сбытовую деятельность – затраты, непосредственно связанные с объектом маркетингового учета (сегмента рынка) или с конкретным мероприятием или группой мероприятий и исчезающие при удалении этого объекта или мероприятий [1, с. 115].

Для получения максимального эффекта от деятельности организации важно постоянно проводить работу по совершенствованию сбытовой деятельности. Разработка мероприятий по совершенствованию должна базироваться на результатах оценки эффективности сбытовой работы по всем ее направлениям.

Базовыми должны стать мероприятия по совершенствованию информационной обеспеченности, так как эффективное осуществление сбытовой деятельности невозможно без подробной, достоверной и своевременной информации. С этой целью для любой организации целесообразно вести компьютерный учет товаров на складе, контрагентов, иметь информационные базы данных (правовых, бухгалтерских и др.). Важно иметь возможность оперативно получать информацию для принятия управленческих решений относительно направлений сбытовой деятельности. В данном случае эффективным будет создание связанных баз данных по всем направлениям коммерческой деятельности [1, с. 118].

Для обеспечения эффективной договорной работы в организации необходимо грамотное составление договоров, как с поставщиками, так и с покупателями, т.е. заключение договоров на наиболее выгодных для организации условиях. Выгодными условиями договора могут выступать следующие:

- осуществление доставки / вывоза товара силами другой стороны, т.е. когда транспортные расходы берет на себя поставщик / покупатель;
- выгодное распределение риска в случае форс-мажорных обстоятельств;
- в договорах с поставщиками: фиксированные цены в течение некоторого периода, на срок действия договора; отсрочка платежа за товар;
- в договорах с покупателями: предоплата за товар; минимальный размер приобретаемой партии за определенный период и т.д.

Также необходимо вести контроль исполнения договоров отдельно по каждому контрагенту. Данная работа позволит оперативно проводить мероприятия по ускорению оборачиваемости дебиторской задолженности, снижению кредиторской задолженности, а также избежание штрафов и пени за просроченные обязательства. Одно из таких мероприятий – предоставление скидок при предоплате за товар. Таким образом, организация высвобождает свои оборотные средства, что дает возможность погасить свои обязательства перед кредиторами. Для обеспечения эффективности деятельности по управлению товарными запасами целесообразно применение логистических принципов при определении потребности в закупаемых товарах, использование различных систем контроля состояния запасов (системы оперативного управления, равномерной поставки, пополнения запаса до максимального уровня, с фиксированным размером заказа при периодической или непрерывной проверке фактического уровня запаса и др.).

Эффективное управление товарными запасами предполагает минимизацию расходов на транспортировку и хранение товаров. В случае, когда по договору организация–покупатель является заказчиком транспорта, ей необходимо определить, что выгоднее: привлечь для перевозки груза стороннюю организацию либо использовать собственный транспорт? При принятии решения по данному вопросу, организация должна учитывать размер партии, периодичность заказов, а также сравнительный анализ затрат при использовании обоих вариантов. Если фирма все же осуществляет доставку товаров собственным транспортом, она должна вести работу по оптимизации маршрутов с целью экономии топлива и времени пребывания автомобиля в пути.

Повышению эффективности сбытовой деятельности по закупкам товара будет способствовать эффективный выбор поставщиков, сотрудничество с которыми обеспечивает максимальную выгоду и минимальный риск. С этой целью коммерческая служба торговой организации должна проводить сравнительную характеристику поставщиков по наиболее важным критериям.

Повышение эффективности сбытовой деятельности по оптовой продаже товаров обеспечивается совершенствованием ценовой политики фирмы, а также применением средств рекламы и стимулирования продаж [2, с. 290].

Ценовая политика будет более эффективной при использовании дифференцированных цен. Это предполагает предоставление различных видов скидок для покупателей: скидки за покупку определенного количества единиц товара или на определенную сумму, скидки за предоплату, скидки розничным организациям за продвижение товара и др.

Применение скидок оказывает стимулирующее воздействие на покупателей. Такое же действие оказывает и предоставление отсрочки платежа, однако это невыгодно для продавца, и целесообразно лишь в том случае, когда покупатель приобретает достаточно большую партию, а также для привлечения новых и поощрения постоянных клиентов. В любом случае решение о применении такого способа оплаты может быть принято только после изучения достоверной информации о платежеспособности и финансовом состоянии покупателя.

Существуют также неценовые средства привлечения покупателей и стимулирования продаж. В оптовой торговле к таким средствам относятся: организация стендов торговой организации на специализированных выставках, реклама в специализированных печатных изданиях в виде небольших статей с информацией о товаре, товаре новинке, оказание дополнительных услуг и т.д.

Эффективность деятельности по продаже товаров зависит не только от размера валового дохода организации, но и от его структуры: рост суммы валового дохода должен быть вызван более высоким темпом роста прибыли по сравнению с темпом роста издержек обращения. Поэтому торговая организация должна постоянно вести работу по оптимизации и снижению доли затрат, связанных с реализацией товаров [2, с. 297].

### **Список использованных источников**

1. Хардинг, Г. Маркетинг промышленных товаров: монография / Г. Хардинг. – Москва: Сирин, 2008 – 272 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент: Анализ, планирование, внедрение, контроль: монография / Ф. Котлер – 11-е изд. – Санкт-Петербург: Издательский дом "Вильямс", 2007 – 678 с.